

REKAM PERSIDIAN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

28 MAY 2007

Isi : 3273/EM/Hd.5/2007
: R.f.658.8342/Bn/05

Consumer Behavior

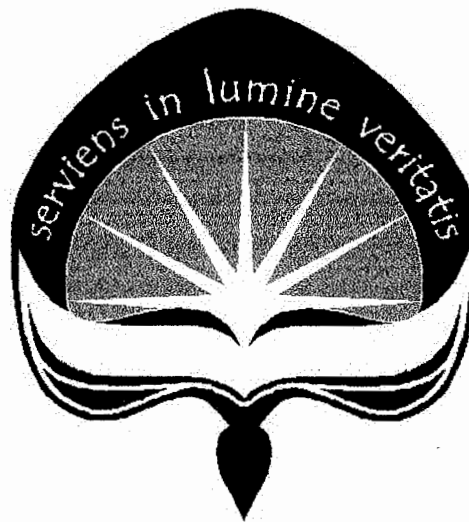


UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Program Studi ...

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY
TERHADAP KEINGINAN MEMBELI KONSUMEN
di YOGYAKARTA



Disusun oleh:
BANENDRA EKA PRASETYA
NPM : 98 03 10586

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
SEPTEMBER 2005

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY
TERHADAP KEINGINAN MEMBELI KONSUMEN
di YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun oleh:

BANENDRA EKA PRASETYA

NPM : 98 03 10586

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2005

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY
TERHADAP KEINGINAN MEMBELI KONSUMEN
di YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

BANENDRA EKA PRASETYA

NPM : 98 03 10586

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



(C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.)

Yogyakarta, 08 Agustus 2005

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TOKO BUKU SOCIAL
AGENCY TERHADAP KEINGINAN MEMBELI KONSUMEN di
YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

BANENDRA EKA PRASETYA
NPM: 98 03 10586

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 9 September 2005
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

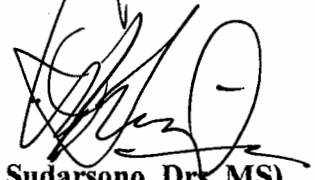
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


(Ign. Sukirno, Drs.,MS.)

Anggota Panitia Penguji


(C. Jarot P. Drs.,MBA)


(J. Sudarsono, Drs.,MS)

Yogyakarta, 9 September 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



(FX. Suwanto, Dr.,MS.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan kami Yesus Kristus atas segala berkat, rejeki dan keselamatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak lain, skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, perhatian terhadap kondisi penulis, dan dengan sabar memberikan bimbingan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi sampai akhir.
2. Kepada seluruh jajaran staf pengajar, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman kepada penulis sampai skripsi in selesai.
3. Kepada keluarga Bapak dan Ibu Bayu Hadi Dwiantono, atas segala kesabaran, segala perhatian yang diberikan selama ini dan doa restunya sehingga memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Adikku Budyasti Arum Sekarini ('Ndut) atas ide-ide "gilanya" dan pinjaman kamarnya untuk menyelesaikan skripsi ini. Juga buat Didit dan Yasti, tetaplah olah raga, olah raga dan olah raga..., juga bekerja dan berdoa.

5. Budhe Singgih, Pak Andang, Oom dan Tante keluarga SH.Mintardja atas doanya.
6. Bapak Musyanto, Budhe 'bar, mbak Lia, Ledhunk, terima kasih untuk segala dukungannya.
7. Yang tercinta "Bu" Oktorena, terimakasih untuk jurnal-jurnalnya, dan *support* yang luar biasa. *You're my guardian angel*. Lope kamu banyak-banyak.
8. Pak Mas'ud (Toko Buku Social Agency) atas kesempatan riset yang diberikan.
9. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan dan doa.
10. Teman-teman De Brtto "98, sepak bola Sabtu Sore, Bege, Pepeng, Deden, PS 2 untuk saat sedih-senang dan pengalaman-pengalaman baru.
11. Teman-teman Atmajaya Photography Club, untuk semua ngobrol-ngobrol konyol dan huntingnya. Bikin website, jangan buka kaskus terus.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sekalian untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 08 Agustus 2005

Penulis



(Banendra Eka Prasetya)

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| INTISARI..... | xiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | | |
|-------|------------------------------|----|
| 1.1 | Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 | Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 | Batasan Masalah | 6 |
| 1.4 | Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 | Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.6 | Hipotesis..... | 11 |
| 1.7 | Metodologi Penelitian..... | 11 |
| 1.7.1 | Metode Pengumpulan Data..... | 11 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 1.7.2 | Metode Pengambilan Sampel..... | 12 |
| 1.8 | Metode Analisis Data..... | 12 |
| 1.8.1 | Analisis One Sample T test..... | 12 |
| 1.8.2 | Analisis Regresi Berganda | 14 |
| 1.8.3 | Analisis Independent dan ANOVA..... | 14 |
| 1.9 | Sistematika Penulisan | 17 |
| BAB II LANDASAN TEORI | | |
| 2.1 | Pengertian Pemasaran..... | 19 |
| 2.2 | Konsep Inti Pemasaran..... | 22 |
| 2.2.1 | Target dan Segmentasi Pasar..... | 22 |
| 2.2.2 | Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan..... | 22 |
| 2.2.3 | Produk dan Penawaran..... | 23 |
| 2.2.4 | Nilai dan Kepuasan..... | 24 |
| 2.2.5 | Pertukaran dan Transaksi..... | 25 |
| 2.2.6 | Saluran Pemasaran..... | 26 |
| 2.3 | Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 26 |
| 2.4 | Pengertian Jasa..... | 27 |
| 2.4.1 | Kebijakan dan Program Pemasaran Jasa | 28 |
| 2.4.2 | Kualitas Pelayanan..... | 29 |
| 2.5 | Perilaku Konsumen..... | 34 |
| 2.5.1 | Faktor-faktor Perilaku Konsumen..... | 35 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.5.2 | Model Perilaku Konsumen..... | 38 |
| 2.6 | Persepsi Konsumen..... | 39 |
| 2.7 | Proses Pembuatan Keputusan Pembelian..... | 41 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | | |
|-----|---------------------------------|----|
| 3.1 | Bentuk Penelitian..... | 46 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 46 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data..... | 48 |
| 3.4 | Metode Pengukuran Data..... | 49 |
| 3.5 | Metode Pengujian Instrumen..... | 50 |
| 3.6 | Metode Analisis Data | 53 |

BAB IV ANALISIS DATA

| | | |
|-------|---|----|
| 4.1 | Analisis Validitas dan Reliabilitas..... | 63 |
| 4.1.1 | Analisis Validitas..... | 63 |
| 4.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 66 |
| 4.2 | Analisis Profil Responden..... | 67 |
| 4.2.1 | Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 67 |
| 4.2.2 | Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia..... | 67 |
| 4.2.3 | Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 68 |
| 4.2.4 | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 69 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.3 | Analisis Penilaian Konsumen di Yogyakarta Terhadap Baik Buruknya Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency..... | 71 |
| 4.4 | Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency Terhadap Keinginan Membeli Konsumen di Yogyakarta..... | 74 |
| 4.3.1 | Uji Regresi Secara Keseluruhan..... | 75 |
| 4.3.2 | Uji Regresi Secara Individual..... | 76 |
| 4.5 | Analisis Perbedaan Pengaruh Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency Terhadap Keinginan Membeli Konsumen di Yogyakarta..... | 77 |
| 4.4.1 | Analisis Perbedaan Pengaruh Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency Terhadap Keinginan Membeli Konsumen di Yogyakarta Ditinjau dari Jenis Kelamin..... | 77 |
| 4.4.2 | Analisis Perbedaan Pengaruh Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency Terhadap Keinginan Membeli Konsumen di Yogyakarta Ditinjau dari Usia..... | 79 |
| 4.4.3 | Analisis Perbedaan Pengaruh Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency Terhadap Keinginan Membeli Konsumen di Yogyakarta Ditinjau dari Tingkat Pendapatan..... | 80 |
| 4.4.4 | Analisis Perbedaan Pengaruh Kualitas Layanan Toko Buku Social Agency Terhadap Keinginan Membeli Konsumen di Yogyakarta Ditinjau dari Tingkat Pendidikan..... | 81 |
| 4.5 | Pembahasan..... | 82 |

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

| | | |
|-----|-----------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan..... | 86 |
|-----|-----------------|----|

| | | |
|-----|------------|----|
| 5.2 | Saran..... | 90 |
|-----|------------|----|

| | | |
|--|----------------------------|-----------|
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 92 |
|--|----------------------------|-----------|

LAMPIRAN

| | | |
|--|------------------------------------|-----------|
| | LAMPIRAN 1 : Kuesioner..... | 94 |
|--|------------------------------------|-----------|

| | | |
|--|---|-----------|
| | LAMPIRAN 2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 97 |
|--|---|-----------|

| | | |
|--|--|------------|
| | LAMPIRAN 3 : Karakteristik Responden..... | 102 |
|--|--|------------|

| | | |
|--|--|------------|
| | LAMPIRAN 4 : Hasil One Sampel T test..... | 105 |
|--|--|------------|

| | | |
|--|--|------------|
| | LAMPIRAN 5 : Hasil Regresi..... | 106 |
|--|--|------------|

| | | |
|--|--------------------------------------|------------|
| | LAMPIRAN 6 : Hasil ANOVA..... | 117 |
|--|--------------------------------------|------------|

| | | |
|--|--|------------|
| | LAMPIRAN 7 : Rekapitulasi Data..... | 124 |
|--|--|------------|

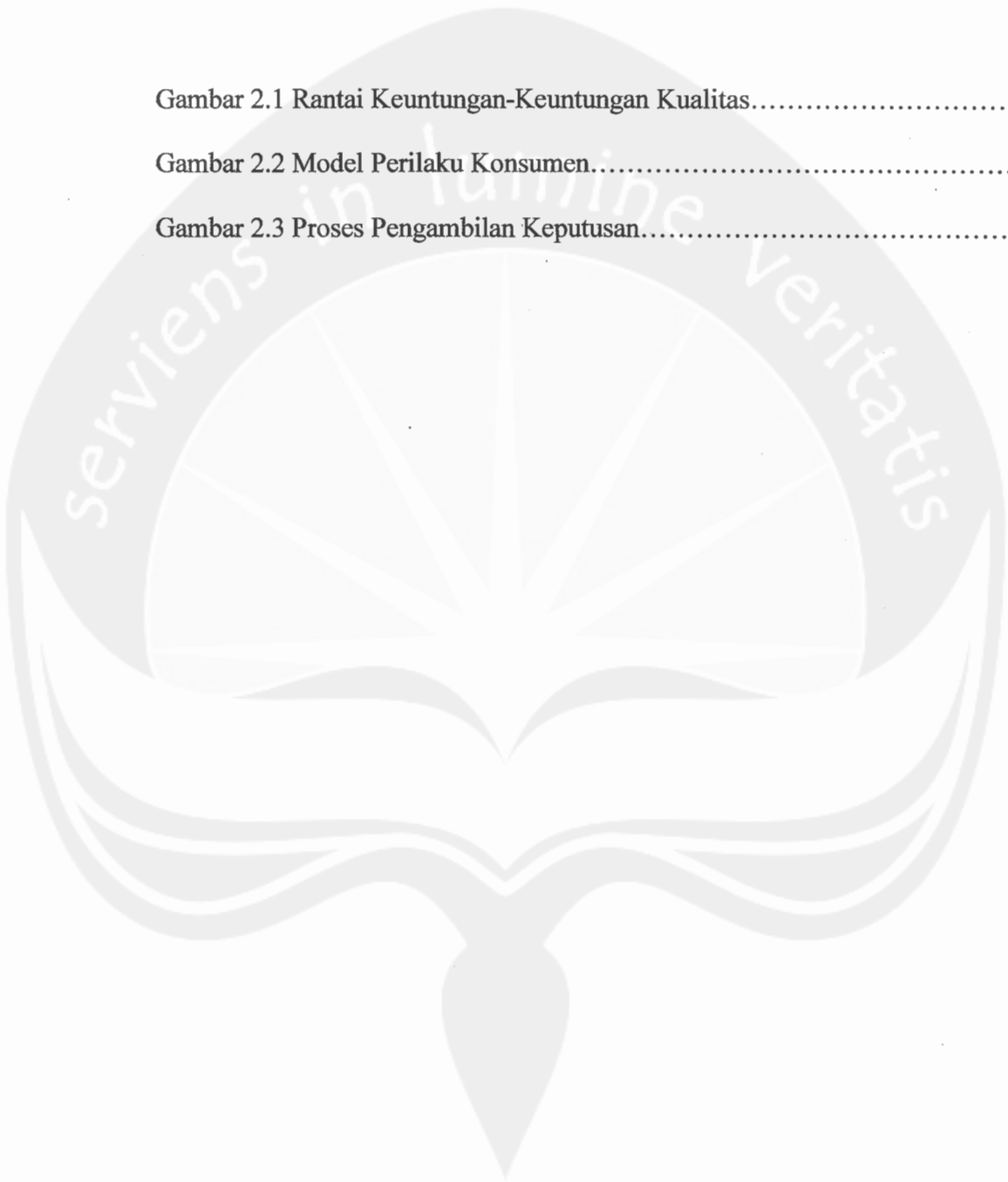
| | | |
|--|--|------------|
| | LAMPIRAN 7 : Tabel F, r, dan T..... | 125 |
|--|--|------------|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas dari 30 Responden..... | 65 |
| Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 66 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 67 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 68 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 69 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 70 |
| Tabel 4.7 Hasil Penghitungan T Test Berdasar Jenis Kelamin..... | 71 |
| Tabel 4.8 Hasil Penghitungan ANOVA Berdasarkan Usia..... | 72 |
| Tabel 4.9 Hasil Penghitungan ANOVA Berdasarkan Tingkat Pendapatan..... | 73 |
| Tabel 4.10 Hasil Penghitungan ANOVA Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 74 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Rantai Keuntungan-Keuntungan Kualitas..... | 33 |
| Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen..... | 39 |
| Gambar 2.3 Proses Pengambilan Keputusan..... | 43 |



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY
TERHADAP KEINGINAN MEMBELI KONSUMEN
di YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Banendra Eka Prasetya

NPM : 98 03 10586

Pembimbing

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) penilaian konsumen terhadap kualitas layanan toko buku (2) pengaruh kualitas layanan Toko Buku Social Agency terhadap keinginan membeli konsumen di Yogyakarta, dan (3) apakah ada perbedaan pengaruh kualitas layanan Toko Buku ini terhadap keinginan membeli konsumen di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah: (1) kuesioner, (2) observasi dan (3) studi kepustakaan.

Ada tiga temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, konsumen menilai kualitas layanan lebih dari cukup baik tetapi belum bisa dikatakan baik. Kedua, ada pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan Toko Buku Social Agency terhadap keinginan membeli konsumen di Yogyakarta.

Ketiga, ada dua dimensi kualitas layanan, yaitu *tangibles* dan *reliability* yang dinilai konsumen memiliki kelas diatas tiga dimensi kualitas layanan yang lain. Toko buku tersebut perlu untuk meningkatkan SDM sebagai upaya peningkatan dimensi layanan *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Selain itu peningkatan kualitas layanan akan memberikan pengaruh positif terhadap keinginan membeli.

Ketiga, tidak ditemukan perbedaan pengaruh kualitas layanan Toko Buku Social Agency terhadap keinginan membeli konsumen di Yogyakarta ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan tingkat penghasilan.

Kata Kunci : Penilaian konsumen, kualitas layanan, dan kemampuan bersaing.